

PERILAKU KONSUMEN PENIKMAT KOPI TUBRUK DAN KOPI
INSTAN DI KECAMATAN GUNUNG ANYAR
SURABAYA

SKRIPSI



OLEH :

DYA MARETYA KRESNA

NPM : 0824010004

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2012

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.

Alhamdulillahirobbil'alamin, berkat rahmat dan ridho Allah SWT yang diberikan kepada penuli, sehingga pada akhirnya dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul ““PERILAKU KONSUMEN KOPI PENIKMAT TUBRUK DAN KOPI INSTAN DI KECAMATAN GUNUNG ANYAR SURABAYA””.

Laporan skripsi merupakan salah satu persyaratan bagi mahasiswa jurusan Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur di Surabaya untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Pertanian. Ucapan terimakasih sebesar-besarnya disampaikan penulis kepada pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan dalam menyelesaikan penelitian laporan skripsi ini, terutama kepada pembimbing saya Bapak Dr. Ir. Sudiyarto, MM dan Ibu Ir. Sri Widayanti, MP yang telah sabar membimbing peneliti untuk menyelesaikan laporan skripsi ini selain itu juga ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Ramdan Hidayat, MS selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Ir. Eko Nurhadi, MS selaku Kepala Program Studi Agribisnis.
3. Untuk seluruh keluarga besar saya terutama orang tua tercinta dan adik yang turut serta memberikan bantuan doa, dorongan, semangat, maupun materi, demi terselesainya tugas akhir ini.

4. Teman-teman seperjuangan angkatan 2008 Program Studi Agribisnis yang bersama-sama mengerjakan skripsi dengan bertukar informasi demi lancarnya proses penyusunan maupun seminar.
5. Sahabat - sahabat saya yaitu Bunga, Sellisa, Paulina, Ingwang, Lely dan Azhar yang sudah mendengarkan cerita keluh kesah saya, memotivasi, serta membantu dan menemani saya menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk orang terdekat saya yaitu Abdul bashor yang telah sabar untuk mendengarkan cerita saya, memberikan semangat, serta menemani menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada seluruh konsumen penikmat kopi yang berada di Kecamatan Gunung Anyar yang telah bersedia menjadi responden saya dengan meluangkan waktu dan memberikan informasi demi tersusunnya penelitian ini.
8. Untuk pihak-pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat dijelaskan satu-satu.

Namun demikian penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan pada penulisan. Oleh sebab itu penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan penulisan skripsi ini sehingga menjadi penelitian yang berakurat.

Semoga apa yang penulis uraikan dalam skripsi ini dapat berguna bagi pembaca atau pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Surabaya, 22 Juni 2012

RINGKASAN

DYA MARETYA KRESNA. 0824010004. Perilaku Konsumen Penikmat Kopi Tubruk Dan Kopi Instan Di Kecamatan Gunung Anyar Surabaya. Pembimbing utama : Dr.Ir.Sudiyarto, MM dan pembimbning pendamping : Ir. Sri Widayanti, MP.

Selera minum kopi terbawa secara turun temurun hingga sekarang dan bahkan di beberapa daerah khususnya di Jawa Timur kota Surabaya. Tingkat konsumsi kopi dalam negeri berdasarkan hasil survei LPEM UI pada tahun 2011 telah mencapai 800 gram/kapita/tahun. Tingkat konsumsi tersebut terkait dengan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi minuman tersebut. Peningkatan taraf hidup dan pergeseran gaya hidup masyarakat perkotaan di Surabaya khususnya kecamatan Gunung Anyar telah mendorong terjadinya pergeseran dalam pola konsumsi kopi khususnya pada generasi muda. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian mencatat jumlah perusahaan industri pengolahan kopi di luar UKM pada periode 2007-2010 berkembang dari 77 perusahaan menjadi 81 perusahaan. Setiap tahunnya industri olahan kopi terus tumbuh mengikuti permintaan pasar.

Tujuan dari penelitian ini adalah : (1) Mengidentifikasi merek, jenis kopi yang dijual pada toko tradisional dan minimarket di Kecamatan Gunung Anyar Surabaya; (2) Mendeskripsikan perilaku konsumen dalam membeli atau mengkonsumsi kopi tubruk dan kopi instan; (3) Menganalisis sikap kepercayaan konsumen terhadap atribut produk kopi tubruk dan kopi instan; (4) Mendiskripsikan jenis produk dan merek kopi yang dikenal dan disukai serta alasan konsumen atau penggemar kopi dalam memilih jenis produk dan merek kopi tertentu.

Penelitian ini dilakukan di kecamatan Gunung Anyar Surabaya yang dilaksanakan pada bulan Maret sampai dengan April 2012. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan penyebaran kuisioner. Data sekunder meliputi diperoleh dari data BPS Surabaya dan beberapa sumber di internet. Data hasil yang diperoleh dari pengisian kuisioner oleh konsumen digunakan sebagai input pengolahan data dengan metode analisis deskriptif dan analisis Fishbein.

Merek kopi yang terdapat atau terjual di semua yaitu delapan toko tradisional maupun delapan minimarket adalah kopi merek Kapal Api SP, sedangkan merek kopi yang terdapat di minimarket tetapi tidak terdapat di toko tradisional adalah kopi merek Mi-Won, Ayam Merak, Javabica, Kuku Bima dan 41+.

Perilaku konsumen penikmat kopi tubruk dan kopi instan terdiri dari beberapa tindakan langsung. Pada cara konsumen membeli kopi yang tertinggi di warung sebesar 61,57 persen. Selanjutnya pada cara konsumen mengkonsumsi sebanyak 41,67 persen konsumen menikmati kopi di rumah, sedangkan bentuk kopi yang dipilih konsumen tertinggi yaitu bentuk kopi bubuk original dengan presentase sebesar 33,33 persen dan waktu yang paling sering digunakan untuk menikmati kopi yaitu saat malam hari sebesar 41,67 persen. Konsumen menikmati kopi setiap harinya rata-rata sebanyak 2 cangkir

dengan persentase sebesar 71,67 persen. Terakhir pada proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan terdri dari beberapa hal diantaranya pertimbangan konsumen dalam memilih atau membeli kopi dipengaruhi oleh rasa yang dimiliki kopi tersebut sebesar 48,33 persen, sebelum membeli konsumen dipengaruhi oleh faktor eksternal yaitu sebesar 75,00 persen, dan pengaruh tersebut berasal dari teman yaitu sebesar 40,00 persen. Sebesar 55,00 persen konsumen menyukai kopi tubruk.

Hasil analisis sikap konsumen terhadap kopi tubruk dan kopi instan dapat diketahui atribut yang sangat penting adalah aroma. Analisis sikap (Ao) dilakukan pada produk kopi tubruk dan kopi instan diperoleh hasil bahwa kopi instan dinilai konsumen lebih tinggi yaitu 9,20 bila dibandingkan kopi tubruk sebesar 8,31. Apabila ditinjau dari setiap skor kepercayaan (bi) pada kopi tubruk bahwa atribut rasa dinilai konsumen sangat nikmat, sedangkan pada kopi instan atribut kemudahan memperoleh dalam membeli dinilai konsumen sangat mudah didapatkan.

Merek kopi yang sangat dikenal oleh konsumen yaitu Kapal Api sebesar 35 responden, sedangkan yang sangat tidak dikenal oleh responden dengan nilai hanya 1 responden yang mengenalnya adalah merek Ayam Merak, Javabica, dan Mi-Won. Merek dan jenis kopi yang sangat disukai yaitu masing-masing delapan responden adalah ABC-Kopi Susu dan Kapal Api-SP, sedangkan merek kopi yang sangat tidak disukai ada 9 dari 19 merek dan jenis kopi yang sangat tidak disukai terdapat 49 dari 71 jenis kopi

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
 I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Ruang Lingkup	9
 II TINJUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Pengertian Perilaku Konsumen	13
2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	16
2.3.1 Faktor Budaya	17
2.3.2 Faktor Sosial	18
2.3.3 Faktor Pribadi	19
2.3.4 Faktor Psikologis	21

2.4 Karakteristik Konsumen	23
2.5 Tahap-Tahap Dalam Proses Perilaku Konsumen	24
2.6 Peran Sikap Konsumen Dalam Pengembangan Strategi Pemasaran	24
2.7 Jenis-Jenis Kopi	25
2.7.1 Jenis Kopi Arabika	25
2.7.2 Jenis Kopi Robusta	26
2.7.3 Jenis Kopi Liberka	27
2.7.4 Golongan Ekselsa	27
2.7.5 Golongan Hibrida	27
2.8 Jenis-Jenis Minuman Kopi	28
2.9 Teori Sikap Kepercayaan Konsumen	29
2.9.1 Sikap Kepercayaan	29
2.9.2 Model Multitribut	30
2.10 Atribut Produk	32
2.11 Kerangka Pemikiran	33
2.11 Hipotesis	36

III METODE PENELITIAN

3.1 Penentuan Lokasi	37
3.2 Penentuan Responden	37
3.3 Pengumpulan Data	38
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	39
3.5 Analisis Data	43

IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Kecamatan Gunung Anyar	49
4.2 Gambaran Umum Konsumen Kopi Di Kecamatan Gunung Anyar ...	50
4.2.1 Konsumen Berdasarkan Usia	50
4.2.2 Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2.3 Konsumen Berdasarkan Status Pernikahan	52
4.2.4 Konsumen Berdasarkan Pendidikan	52
4.2.5 Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan	53
4.2.6 Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendapatan	54
4.2.7 Konsumen Berdasarkan Pengalaman Menikmati Kopi	56
4.3 Merek dan Jenis Kopi yang ada Di Pasaran	57
4.4 Perilaku Konsumen	60
4.4.1 Cara Konsumen Membeli	60
4.4.2 Cara Konsumen Mengkonsumsi	61
4.4.3 Volume Minum Kopi Dalam Satu Hari	65
4.4.4 Proses Keputusan yang Mendahului dan Mengikuti Tindakan	67
4.5 Analisis Multiatribut Fishbein	72
4.5.1 Penilaian Evaluasi Atribut	72
4.5.2 Penilaian Kepercayaan Atribut	73
4.2.3 Analisis Sikap Konsumen	76
4.6 Merek dan Jenis yang Dikenal Serta Disukai Konsumen	78
4.6.1 Merek dan Jenis yang Dikenal	78

4.6.2 Merek dan Jenis yang Disukai	80
VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	83
6.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85
DAFTAR LAMPIRAN	87